

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung

Thorsten Faas, Kai Arzheimer, Sigrid Roßteutscher
Information – Wahrnehmung – Emotion 7

Marco R. Steenbergen
The New Political Psychology of Voting 13

2 Politische Kommunikation und politische Kognitionen

Astrid Jansen, Gary Bente, Nicole C. Krämer
Wahlkampf 2005: Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Inszenierung von
Angela Merkel und Gerhard Schröder in den Fernsehnachrichten unter
Berücksichtigung des Geschlechterstereotyps 33

David Nicolas Hopmann
Vom emotionalen Underdog zur bewussten Strategie:
Wie Meinungsumfragen die Parteipräferenzen der Wähler beeinflussen 51

Stephanie Geise, Frank Brettschneider
Die Wahrnehmung und Bewertung von Wahlplakaten:
Ergebnisse einer Eyetracking-Studie 71

Jan Kercher
Zur Messung der Verständlichkeit deutscher Spitzenpolitiker anhand
quantitativer Textmerkmale 97

3 Heuristiken und die Verarbeitung von Informationen

Thorsten Faas, Harald Schoen
Mehrwertsteuer und Staatsverschuldung:
Lassen sich die Einstellungen der Bevölkerung durch Framing verschieben? 123

Sascha Huber
Kognition und Motivation bei der Wahrnehmung politischer Positionen:
Eine experimentelle Untersuchung zur Rolle von Ideologie-Hinweisen 145

<i>Tatjana Rudi</i>	
Die Links-Rechts-Dimension in Mittel- und Osteuropa: „Super-Issue“ oder bedeutungslos?	169
<i>Florian Bader, Joachim Behnke</i>	
Politische Einstellungen und das wahrgenommene Wertedefizit bei Politikern	191
<i>Bettina Wagner</i>	
Unterstützung der Europäischen Union in Mittel- und Osteuropa: Die Rolle nationalstaatlicher Einstellungen als Heuristiken	215
<i>Carsten Reinemann, Marcus Maurer</i>	
Leichtgläubig und manipulierbar? Die Rezeption persuasiver Wahlkampfbotschaften durch politisch Interessierte und Desinteressierte	239
4 Informationen, Emotionen und ihre Effekte	
<i>Thorsten Faas, Jochen Mayerl</i>	
Michigan reloaded: Antwortlatenzzeiten als Moderatorvariablen in Modellen des Wahlverhaltens	259
<i>Christian Schemer, Werner Wirth, Jörg Matthes</i>	
Kognitive und affektive Einflüsse auf Einstellungen in direktdemokratischen Kampagnen	277
<i>Marc Debus</i>	
Sympathien gegenüber politischen Akteuren und ihre Auswirkungen auf die individuelle Wahlentscheidung: Mehr als nur eine Nebensache?	291
<i>Evelyn Bytzek</i>	
Der überraschende Erfolg der FDP bei der Bundestagswahl 2005: Leihstimmen oder Koalitionswahl als Ursache?	315
<i>Paul W. Thurner</i>	
„Issue-Unentschiedene“ und „Issue-Inkonsistente“ als Targetpopulationen? Das Beispiel Kernenergie (1987-2005)	333
<i>Bettina Westle, David Johann</i>	
Das Wissen der Europäer/innen über die Europäische Union	353
Autorenverzeichnis	375